

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil deskripsi karakteristik responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dominasi responden dalam penelitian ini adalah wanita, yaitu sebanyak 62,5%.
2. Responden yang pernah melakukan reservasi hotel *online* melalui *website OTA* yaitu 100%.
3. Frekuensi responden melakukan reservasi hotel *online* melalui *website OTA* dalam waktu 1 tahun terakhir yaitu 45% sebanyak 1-2 kali, 32% sebanyak 3-5 kali dan 23% sebanyak lebih dari 5 kali.
4. Promosi penjualan pada *website OTA* yang paling banyak disukai responden yaitu diskon harga sebanyak 62%.

Berdasarkan hasil deskripsi jawaban responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. 58% responden setuju bahwa kemudahan dalam melakukan reservasi hotel secara *online* itu penting, 62% responden setuju bahwa semakin banyak pilihan dalam melakukan reservasi hotel secara *online* itu penting dan

54,5% responden setuju bahwa responden melakukan reservasi hotel secara *online* karena tidak memakan waktu.

2. 59,5% responden setuju bahwa responden merasa khawatir mengenai keamanan ketika melakukan reservasi hotel secara *online*, 62% responden setuju bahwa responden khawatir dengan penipuan ketika melakukan transaksi secara *online*, 57,5% responden setuju bahwa responden khawatir mengenai keamanan informasi pribadi dan kartu kreditnya, 54,5% responden netral bahwa responden memiliki masalah keamanan ketika melakukan reservasi hotel secara *online* dan 42,5% responden setuju untuk memberikan nomor kartu kredit hanya kepada *website OTA* yang menggunakan *Secure Sockets Layer (SSL)*.
3. 40,5% responden setuju bahwa responden merupakan konsumen yang sensitif terhadap harga, 46% responden setuju untuk mencari *website OTA* yang menawarkan harga paling murah dan 51,5% responden setuju bahwa responden berharap reservasi hotel secara *online* melalui *website OTA* lebih murah dibandingkan *offline* atau melalui situs resmi hotel.
4. 77,5% responden setuju bahwa *Website OTA* dapat dipercaya, 71,5% responden setuju bahwa responden harus percaya pada *website OTA* sebelum melakukan reservasi hotel dan 78% responden setuju bahwa responden percaya pada informasi yang diberikan oleh *website OTA*.
5. 76% responden setuju bahwa reservasi hotel secara *online* melalui *website OTA* adalah ide yang menarik, 76% responden setuju bahwa responden

menyukai ide reservasi hotel secara *online* melalui *website OTA*, dan 76% responden setuju bahwa melakukan reservasi hotel melalui *website OTA* adalah ide yang bagus.

6. 72,5% responden setuju ketika ingin melakukan reservasi hotel, responden akan selalu mengunjungi *website OTA*, 70,5% responden setuju bahwa niat responden untuk melakukan reservasi hotel melalui *website OTA* lebih tinggi daripada *offline* atau melalui situs resmi hotel dan 65% responden setuju bahwa melakukan reservasi hotel melalui *website OTA* lebih menguntungkan daripada *offline* atau melalui situs resmi hotel.

Berdasarkan hasil analisis jalur (*path analysis*) dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap tetapi tidak berpengaruh terhadap niat pembelian. Sikap pembelian memediasi hubungan faktor kenyamanan terhadap niat pembelian dan hubungan yang terjadi adalah *complete mediation* yang artinya faktor kenyamanan tidak mampu mempengaruhi niat pembelian tanpa melalui atau melibatkan sikap.
2. Faktor keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap tetapi tidak berpengaruh terhadap niat pembelian. Sikap pembelian memediasi hubungan faktor keamanan terhadap niat pembelian dan hubungan yang terjadi adalah *complete mediation* yang artinya faktor kenyamanan tidak

mampu mempengaruhi niat pembelian tanpa melalui atau melibatkan sikap.

3. Faktor harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap dan niat pembelian konsumen. Hubungan yang negatif mengindikasikan arah berlawanan yaitu dimana menurunnya harga maka akan menaikkan sikap dan niat pembelian konsumen. Sikap pembelian memediasi hubungan faktor harga terhadap niat pembelian dan hubungan yang terjadi adalah *partial mediation* yang artinya faktor harga mampu mempengaruhi secara langsung niat pembelian tanpa melalui atau melibatkan sikap.
4. Faktor kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan niat pembelian konsumen. Sikap pembelian memediasi hubungan faktor kepercayaan terhadap niat pembelian dan hubungan mediasi yang terjadi adalah *partial mediation* yang artinya faktor kepercayaan mampu mempengaruhi secara langsung niat pembelian tanpa melalui atau melibatkan sikap.

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini, implikasi yang dapat disarankan terhadap manajemen *website OTA* sehingga mampu mempertahankan bisnisnya dalam pasar *e-commerce* sekarang ini adalah berfokus bukan semata-mata meningkatkan penjualan saja tetapi juga berusaha memberikan sesuai apa yang dipersepsikan konsumen terhadap *suatu website*

OTA agar mampu mendapatkan respon yang positif dari konsumen karena dari respon atau penilaian yang positif yang diberikan oleh konsumen akan lebih efektif mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Mendesain *website* yang *user friendly* agar memudahkan konsumen dalam mencari informasi hotel dan meningkatkan jumlah produk sehingga dapat membuat konsumen merasakan kenyamanan ketika *surfing* pada *website OTA* serta memberikan deskripsi dan informasi mengenai hotel dengan jelas, sesuai dan akurat serta informasi yang diberikan juga harus selalu *up to date* dengan begitu akan membuat konsumen tertarik untuk menggunakan *website* tersebut.
- b. Walaupun konsumen cenderung percaya dengan *website OTA*, bukan berarti manajemen *website OTA* tidak memprioritaskan sistem keamanan pada *website* tersebut, Sistem keamanan yang bersertifikat juga penting untuk mengantisipasi respon atau penilaian negatif yang mungkin akan timbul di kemudian hari akan lebih baik karena konsumen menginginkan jaminan keamanan akan privasi dan informasi kartu kreditnya.
- c. Faktor harga masih menjadi faktor penting dalam melakukan pembelian, manajemen *website OTA* harus dapat terus memberikan promosi yang menarik khususnya diskon harga karena konsumen paling banyak menyukai diskon harga yang ditawarkan oleh *website OTA* dan juga memberikan penawaran harga terbaik karena konsumen cenderung

mencari *website OTA* yang menawarkan harga paling murah dan dalam perspektif konsumen bahwa harga yang ditawarkan oleh *website OTA* lebih murah dibandingkan dengan situs resmi hotel.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*) dengan model mediasi dengan memberikan estimasi tingkat signifikansi hubungan sebab akibat yang terjadi dalam variabel yang diteliti sehingga hasil penelitian ini lebih ditujukan untuk menggambarkan pola hubungan dan pengaruh yang terjadi antar variabel yang diteliti dengan melihat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi.

5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya dapat diberikan saran sebagai berikut:

- a. Dapat diteliti lebih lanjut dengan pengembangan variabel lainnya dan komparasi antara situs resmi hotel dengan *website online travel agent (OTA)* atau komparasi antara *offline travel agent* dengan *online travel agent (OTA)*.
- b. Dapat dikembangkan dengan menggunakan alat analisis yang lain yaitu analisis SEM (*Structural Equation Modeling*).

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Azzam, & Mahmoud, A. F. (2014). Evaluating the Antecedents of Online Consumer Purchasing Behavior. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, II(4), 1–18.
- Arcanggih, J. D., Kertahadi, dan Riyadi. (2014). Implementasi E-commerce Sebagai Media Promosi dan Penjualan Secara Elektronik. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14 No. 1.
- Gaspersz, V. (1997). *Manajemen Bisnis Total dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia.
- Jarvenpaa, S. L., Tractinsky N., & Vitale M. (2000). Consumer Trust in an Internet Store. *Information Technology and Management*, 1, 45-71.
- Kim, W. G., & Kim, D. J. (2004). Factors affecting online hotel reservation intention between online and non-online customers. *International Journal of Hospitality Management*, 23(4), 381–395.
- Kinnear, Thomas C dan Taylor, James. (1995). *Riset pemasaran: Pendekatan Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Philip, dan Gary Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*, Global Edition, 14th Edition, Pearson Education.
- Kotler P. & Keller K. (2003). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks.
- Lee, B. C. Y. (2007). Consumer attitude toward virtual stores and its correlates. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 14(3), 182–191.
<http://doi.org/10.1016/j.jretconser.2006.07.001>
- Lee, M., Cheung, C., Lim, K., & Sia, C. (2011). Consumer's decision to shop online: the moderating role of positive informational social influence. *information & management* 48 (5) 185-191.
- Li-Ming, A. K., & Wai, T. B. (2013). Exploring consumers' attitudes and behaviours toward online hotel room reservations. *American Journal of Economics*, 3(5C), 6–11. <http://doi.org/10.5923/c.economics.201301.02>
- Ling, K. C., Chai, L. T., & Piew, T. H. (2010). The Effects of Shopping Orientations. Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 3, 63–76.
- Liu, J. N. K., & Zhang, E. Y. (2014). An investigation of factors affecting customer selection of online hotel booking channels. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 71–83.

- Lodorfos, G. N., Trosterud, T. a., & Whitworth, C. (2006). E-Consumers' Attitude and Behaviour in the Online Commodities Market. *Innovative Marketing*, 2(3), 77–96.
- Moshrefjavadi, M. H., Rezaie Dolatabadi, H., Nourbakhsh, M., Poursaeedi, A., & Asadollahi, A. (2012). An Analysis of Factors Affecting on Online Shopping Behavior of Consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 4(5).
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36, 717-731.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, jilid kedua. Edisi keempat, terjemahan Kwan Men Yon, Jakarta: Salemba Empat.
- Shergill, G. S., & Chen, Z. (2005). Web-Based Shopping : Consumers' Attitudes Towards Online Shopping in New Zealand. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(2), 79-94.
- Simmamora, B. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T.P, & Turban, D. (2012). *Electronic Commerce 2011: A Managerial and Social Networks Perspective*. 7th edition. Pearson Education.
- Wen, I. (2012). An Empirical Study of an Online Travel Purchase Intention Model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(1), 18–39.
- <http://www.apjii.or.id/read/article/statistik/262/statistik-internet-indonesia-.html> diakses 19 Agustus 2015.
- <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/konsumen-indonesia-mulai-menyukai-belanja-online.html> diakses 19 Agustus 2015.
- <https://id.techinasia.com/laporan-pengguna-website-mobile-media-sosial-indonesia/> diakses 19 Agustus 2015.
- <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2014/10/13/084300126/Ketika.Orang.Indonesia.Lebih.Senang.Belanja.Online> diakses 7 September 2015.
- <http://davidakenny.net/cm/mediate.htm>, diakses 15 November 2015.
- http://jt-stat.blogspot.co.id/2008/12/mediation-variabel-mediator-juga_22.html diakses 15 November 2015.

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Isilah pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan karakteristik Bapak/Ibu/Saudara/Saudari:

1. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Apakah anda pernah melakukan reservasi hotel *online* melalui *website OTA* seperti traveloka.com, booking.com, agoda.com, pegi pegi.com, hotels.com, rajakamar.com atau expedia.com?
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Berapa kali anda melakukan reservasi hotel *online* melalui *website OTA* seperti traveloka.com, booking.com, agoda.com, pegi pegi.com, rajakamar.com atau expedia.com dalam 1 tahun terakhir?
 - a. Tidak pernah
 - b. 1 – 2 kali
 - c. 3 – 5 kali
 - d. Lebih dari 5 kali
4. Seperti apa promosi penjualan yang anda lebih suka dalam melakukan reservasi hotel *online* melalui *website OTA* seperti traveloka.com, booking.com, agoda.com, pegi pegi.com, rajakamar.com atau expedia.com?
 - a. Last minute deal
 - b. Free booking fee
 - c. Sistem point reward
 - d. Diskon harga

Website Online Travel Agency (OTA) termasuk seperti traveloka.com, booking.com, agoda.com, [pegi pegi.com](http://pegi.pegi.com), rajakamar.com, expedia.com, dan lain - lain

No	Kenyamanan (<i>Convenience</i>)	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Kemudahan dalam melakukan reservasi hotel secara <i>online</i> penting bagi saya					
2	Semakin banyak pilihan dalam melakukan reservasi hotel secara <i>online</i> penting bagi saya					
3	Saya melakukan reservasi hotel secara <i>online</i> dikarenakan tidak memakan waktu					

No	Keamanan (<i>Security</i>)	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya khawatir mengenai keamanan ketika melakukan reservasi hotel secara <i>online</i>					
2	Saya khawatir dengan penipuan <i>online</i> ketika melakukan transaksi secara <i>online</i>					
3	Saya khawatir mengenai informasi pribadi dan keamanan kartu kredit saya					
4	Saya memiliki masalah keamanan ketika melakukan reservasi hotel <i>online</i> pada <i>website</i> OTA baru					

5	Saya khawatir mengenai <i>virus</i> dan <i>malware</i> ketika melakukan reservasi hotel secara <i>online</i>					
6	Saya merasa aman melakukan pembayaran di <i>internet</i>					
7	Saya selalu melakukan reservasi hotel pada <i>website OTA</i> yang sama					
8	Saya bersedia memberikan nomor kartu kredit saya hanya kepada <i>website OTA</i> yang menggunakan <i>Secure Sockets Layer (SSL)</i>					

No	Harga (<i>Price</i>)	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya adalah konsumen yang sensitive terhadap harga					
2	Saya akan mencari website OTA yang menawarkan harga paling murah					
3	Saya berharap reservasi hotel secara online melalui website OTA lebih murah dibandingkan offline atau melalui situs resmi hotel					

No	Kepercayaan (<i>Trust</i>)	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Website OTA dapat dipercaya					
2	Saya harus percaya pada website OTA sebelum melakukan reservasi hotel					
3	Saya percaya pada informasi yang diberikan oleh website OTA					

No	<i>Attitude To Buy</i>	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Reservasi hotel secara <i>online</i> melalui <i>website OTA</i> adalah ide yang menarik					
2	Saya menyukai ide reservasi hotel secara <i>online</i> melalui <i>website OTA</i>					
3	Melakukan reservasi hotel melalui <i>website OTA</i> adalah ide yang bagus					

No	<i>Intention To Buy</i>	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Ketika ingin melakukan reservasi hotel, Saya akan selalu mengunjungi <i>website OTA</i>					
2	Niat saya untuk melakukan reservasi hotel melalui <i>website OTA</i> lebih tinggi daripada <i>offline</i> atau melalui situs resmi hotel					

3	Saya berpikir melakukan reservasi hotel melalui <i>website OTA</i> lebih menguntungkan daripada <i>offline</i> atau melalui situs resmi hotel					
---	---	--	--	--	--	--

Lampiran 2

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Responden	Jenis Kelamin	Pernah melakukan reservasi hotel pada website OTA	Frekuensi melakukan reservasi hotel dalam waktu 1 tahun terakhir	Promosi penjualan yang disukai
1	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Sistem point reward
2	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
3	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
4	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
5	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
6	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
7	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
8	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
9	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
10	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
11	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
12	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
13	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
14	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
15	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
16	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
17	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
18	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
19	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
20	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
21	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
22	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
23	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
24	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
25	Pria	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
26	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga

27	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
28	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
29	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
30	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
31	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
32	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
33	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
34	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
35	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
36	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
37	Pria	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
38	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
39	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
40	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
41	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
42	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
43	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
44	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
45	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
46	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
47	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
48	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Sistem point reward
49	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
50	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
51	Pria	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
52	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
53	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Sistem point reward
54	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
55	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Free booking fee
56	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
57	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
58	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
59	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
60	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
61	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
62	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
63	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
64	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
65	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
66	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
67	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga

68	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
69	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
70	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
71	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
72	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
73	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Sistem point reward
74	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
75	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
76	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
77	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
78	Pria	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
79	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
80	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
81	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
82	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
83	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
84	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
85	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
86	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
87	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
88	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
89	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
90	Pria	Ya	1 - 2 kali	Sistem point reward
91	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
92	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
93	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
94	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
95	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Sistem point reward
96	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
97	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
98	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
99	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
100	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
101	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
102	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
103	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Free booking fee
104	Pria	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
105	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
106	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
107	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
108	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga

109	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
110	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
111	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
112	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
113	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
114	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
115	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
116	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
117	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
118	Pria	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
119	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
120	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Last minute deal
121	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
122	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Free booking fee
123	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
124	Pria	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
125	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
126	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
127	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
128	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
129	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
130	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
131	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
132	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
133	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
134	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
135	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Free booking fee
136	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Last minute deal
137	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Last minute deal
138	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
139	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
140	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
141	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
142	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
143	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
144	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Last minute deal
145	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
146	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
147	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Last minute deal
148	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
149	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga

150	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
151	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
152	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
153	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
154	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
155	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
156	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
157	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
158	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
159	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
160	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
161	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Last minute deal
162	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
163	Pria	Ya	3 - 5 kali	Free booking fee
164	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
165	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
166	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
167	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Sistem point reward
168	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
169	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
170	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
171	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
172	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
173	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
174	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
175	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
176	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
177	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
178	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
179	Pria	Ya	lebih dari 5 kali	Free booking fee
180	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Sistem point reward
181	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
182	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
183	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
184	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
185	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
186	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
187	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
188	Pria	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
189	Pria	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
190	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee

191	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
192	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
193	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Last minute deal
194	Wanita	Ya	1 - 2 kali	Diskon harga
195	Pria	Ya	1 - 2 kali	Sistem point reward
196	Wanita	Ya	lebih dari 5 kali	Diskon harga
197	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Last minute deal
198	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga
199	Pria	Ya	1 - 2 kali	Free booking fee
200	Wanita	Ya	3 - 5 kali	Diskon harga

Lampiran 3

Analisis Deskripsi Responden

Statistics					
		Jenis Kelamin	Sudah Pernah Booking	Frekuensi Melakukan Booking	Promosi Penjualan yang Disuka
N	Valid	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0
Sum		325	400	356	653

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	75	37.5	37.5	37.5
	Wanita	125	62.5	62.5	100.0
Total		200	100.0	100.0	

Sudah Pernah Melakukan Reservasi				
		Frequency	Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	200	100.0	100.0

Frekuensi Melakukan Reservasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 - 2 kali	90	45.0	45.0	45.0
3 - 5 kali	64	32.0	32.0	77.0
Lebih dari 5 kali	46	23.0	23.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Promosi Penjualan yang Disuka

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Last minute deal	28	14.0	14.0	14.0
Free booking fee	27	13.5	13.5	27.5
Sistem point reward	9	4.5	4.5	32.0
Diskon harga	136	68.0	68.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Lampiran 3

Tabulasi Kuesioner

Note : Tulisan warna Merah merupakan nilai hasil *transpose* dimana nilai likert diubah karena pertanyaan yang di tanyakan mengandung arti negatif. Perubahan nilai yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- Nilai 1 → 5
- Nilai 2 → 4
- Nilai 3 → 3
- Nilai 4 → 2
- Nilai 5 → 1

Responden	Convenience			Security								Price			Trust			Attitude to Buy			Intention to Buy		
	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	2	4	3	2	4	3	5	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	4	1	4	3
3	5	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	2	2	5	2	5	5	4	3	1	1	1	4	5	4	5	5	5	5	4	4
9	5	5	5	2	2	4	3	4	3	4	3	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	5	5
10	4	4	4	4	4	5	4	5	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	1	3	3	2	4	4	3	4	4	4	2	4	3
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
16	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	5	4	4	4	2	2	3	4	5	3	3	3	3	4	2	5	5	4	4	4	5
18	5	5	5	2	2	3	2	3	3	4	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
20	4	4	4	1	1	2	3	1	5	1	4	1	1	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4
21	5	4	4	5	5	5	5	5	2	3	5	2	1	1	3	3	3	4	3	4	3	3	4
22	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	2	4	4	4	4	3	3
23	4	4	4	3	3	4	2	2	2	3	2	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
24	5	5	5	3	4	4	3	4	3	4	4	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3
25	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4
26	4	3	4	2	2	3	2	2	3	5	5	1	3	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5
27	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	5	3
28	5	5	5	2	2	3	2	2	4	3	4	2	2	1	4	5	4	4	4	5	4	4	5
29	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	5	5	2	2	2	2	2	4	3	5	2	2	1	4	4	4	5	5	5	5	4	3
32	5	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	2	2	1	4	4	3	4	4	4	5	5	4
33	4	4	5	3	3	4	3	2	4	2	5	2	2	1	4	5	4	4	4	4	4	5	4
34	4	4	4	4	3	5	3	3	4	2	4	1	2	1	4	4	4	5	4	5	5	5	5
35	4	3	4	5	5	5	5	5	3	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3

36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4
37	5	5	5	3	3	4	3	3	3	4	4	1	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5
38	5	2	4	2	2	2	2	2	4	1	5	2	1	1	5	5	5	5	5	4	4	4
39	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	5	5	2	2	2	4	2	4	3	5	2	2	1	4	5	4	5	5	5	5	5
41	5	4	5	2	2	2	2	2	4	2	4	1	1	1	5	4	4	5	5	5	5	5
42	5	5	5	2	2	2	3	2	3	5	5	2	2	2	4	5	5	4	4	5	4	4
43	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	2	2	2	5	4	5	5	5	5	4	5
44	5	4	5	3	3	4	2	2	3	4	4	4	2	1	4	5	4	5	5	5	5	5
45	5	5	5	2	2	4	3	4	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4
46	5	4	4	5	5	5	3	4	3	4	3	1	2	1	3	3	3	4	4	4	4	4
47	5	5	5	3	3	5	2	2	3	3	5	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4
48	4	4	5	4	4	4	2	2	4	4	4	3	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	1	4	3	3	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	3	1	1	4	3	4	5	5	5	4	5
52	4	4	5	4	4	5	3	3	4	3	4	3	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5
53	5	4	5	4	4	4	2	3	4	2	4	2	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4
54	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	1	4	5	3	4	4	4	4	4
55	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
56	5	3	5	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3
57	4	2	5	2	3	3	4	3	3	2	3	2	2	1	3	4	4	4	5	4	5	3
58	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	5	4	5	5	5	5	5
59	4	4	5	4	4	4	3	3	4	2	4	2	1	3	4	4	4	4	4	4	3	3
60	5	5	5	2	2	2	2	2	4	5	5	1	2	1	4	5	4	5	5	5	5	5
61	5	5	5	2	2	2	2	2	5	4	4	1	1	1	5	5	5	5	5	5	4	2
62	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4
64	5	5	4	2	3	4	2	3	3	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4
65	5	5	5	4	4	4	2	2	4	2	3	2	1	1	4	4	4	5	5	5	4	4
66	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	1	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	2	2	3	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2
68	4	4	4	2	2	3	3	2	4	3	4	2	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
69	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3
70	4	3	5	5	5	5	4	5	2	3	3	2	1	1	3	3	4	4	4	3	3	3
71	4	3	5	5	5	5	4	5	2	3	3	2	1	1	3	3	4	4	4	3	3	3
72	5	4	4	4	3	3	3	3	3	2	5	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4

73	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	3	2	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4
78	4	3	4	4	4	5	3	3	3	2	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	4	5	4	4	5	2	3	3	3	4	2	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5
81	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	5	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	5	5	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4
83	5	4	5	1	2	3	4	3	3	4	4	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	5	4	5	4	4	5	3	3	4	2	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	3	5	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	5	3	5	3	3	5	3	3	4	3	4	3	1	1	4	5	4	5	5	5	5	5	5
89	5	4	5	4	4	4	2	3	4	2	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	5	4	4	4	2	2	4	2	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4
92	5	3	5	4	4	5	3	3	4	4	5	2	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	3	5	4	4	5	2	2	4	2	5	4	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3
97	5	4	5	3	3	5	3	3	4	3	4	3	1	1	4	4	3	4	4	4	5	4	5
98	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	5	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	5	1	3	1	4	4	3	5	5	5	4	4	4
100	5	5	5	2	3	5	2	2	3	3	3	2	1	1	4	5	4	5	5	5	3	5	5
101	5	5	5	3	4	4	2	4	3	2	3	1	1	1	4	4	4	5	5	5	4	5	5
102	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3
104	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	5	2	2	1	3	5	3	4	4	4	4	4	4
105	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	1	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3
106	4	4	5	3	2	3	3	2	4	1	4	2	2	1	4	5	4	5	4	4	5	5	5
107	5	5	5	2	1	4	5	4	4	4	5	2	1	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5
108	4	4	5	3	3	5	4	3	5	2	3	3	1	1	4	3	4	5	4	4	4	4	5
109	5	5	5	4	4	2	2	4	5	4	5	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5

110	4	4	5	3	4	5	1	1	3	3	1	2	3	1	3	4	3	4	4	4	4	5
111	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	4
112	5	5	5	4	2	3	3	5	5	4	5	1	1	1	4	4	4	5	5	5	5	3
113	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	3	2	1	4	3	4	4	4	4	3	4
114	5	5	5	2	2	3	2	4	3	2	4	2	4	1	4	5	4	5	5	5	4	4
115	5	5	5	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4
116	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
117	5	5	5	2	2	4	2	2	4	5	5	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5
118	5	4	4	5	5	5	4	5	1	3	1	1	1	1	3	3	5	3	5	1	5	5
119	5	4	4	5	5	5	4	5	1	3	1	1	1	1	3	3	5	3	5	1	5	5
120	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
121	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
122	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	5	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4
123	5	4	5	4	4	5	3	3	3	4	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
124	4	5	4	2	2	4	4	1	4	4	5	2	2	2	4	5	3	4	4	4	3	4
125	5	4	5	4	4	4	3	3	4	2	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
126	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	3	4	5	4	5	4	4	2	3	3	2	2	2	5	5	3	4	4	4	3	2
129	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
130	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
131	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5	2	1	1	5	5	4	4	4	4	5	5
132	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	5	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
133	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
134	5	5	5	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3
135	5	5	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5
136	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
138	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
141	5	5	4	2	2	3	2	4	4	4	5	2	2	1	4	4	4	5	5	5	5	5
142	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
143	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
144	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
145	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4

147	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
149	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
150	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
151	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
152	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
153	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	1	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4
154	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
155	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
156	5	4	5	4	4	4	3	3	4	2	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
157	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
158	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
159	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
160	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
161	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	1	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3
162	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
163	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4
164	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
165	5	5	4	3	3	4	2	4	3	4	4	1	1	1	4	5	3	4	4	4	4	4
166	4	4	5	3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	2	5	5	4	4	3	3	4	3
167	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
168	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
169	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
170	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
171	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	3	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4
172	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
174	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
175	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
176	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
177	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
178	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4
179	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
180	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
181	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
182	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
183	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4

184	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	2	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5
185	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
186	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
187	5	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
188	5	5	5	2	2	4	3	4	2	4	4	2	2	2	3	4	3	3	4	4	4	3
189	5	5	5	4	4	5	4	4	2	4	5	2	2	1	3	4	3	4	4	4	4	4
190	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
191	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	2	1	1	4	4	4	4	4	3	4	4
192	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
193	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
194	4	4	5	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
195	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
196	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
197	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	5	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4
198	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
199	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
200	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 4

Data perhitungan untuk analisis regresi dari mean masing-masing variabel yang diteliti.

RESPONDEN	CONVENIENCE (X1)	SECURITY (X2)	PRICE (X3)	TRUST (X4)	ATB (Y1)	ITB (Y2)
1	4	2	2	5	4	4
2	2	3	3	4	3	3
3	4	4	2	3	4	4
4	5	1	1	4	5	5
5	5	4	2	4	4	4
6	4	2	3	4	4	3
7	4	2	2	4	4	4
8	5	3	1	4	5	4
9	5	3	2	5	4	5
10	4	2	2	5	4	4
11	5	1	3	5	4	3
12	5	1	1	4	5	5
13	5	1	1	4	5	5
14	5	1	1	3	5	5

15	4	2	2	4	4	3
16	4	2	1	3	4	4
17	4	3	3	5	5	4
18	5	4	1	3	4	4
19	4	3	3	3	4	3
20	4	4	1	4	4	4
21	4	1	1	3	4	3
22	4	3	2	4	4	3
23	4	3	2	4	4	4
24	5	2	2	4	4	4
25	5	2	3	4	4	4
26	4	4	2	4	4	5
27	4	2	2	4	4	4
28	5	4	2	4	4	4
29	4	2	2	4	4	4
30	5	3	2	4	4	4
31	5	4	2	4	5	4
32	5	3	2	3	4	5
33	4	3	2	4	4	4
34	4	2	1	4	5	5
35	4	1	3	5	3	3
36	4	2	1	4	4	4
37	5	3	1	4	5	5
38	4	4	1	4	5	4
39	4	3	2	5	4	4
40	5	4	2	5	5	5
41	5	4	1	4	5	5
42	5	4	2	4	4	4
43	4	2	2	3	5	5
44	5	3	2	4	5	5
45	5	3	3	4	4	4
46	4	2	1	3	4	4
47	5	3	3	4	4	4
48	4	3	2	4	4	4
49	4	3	2	4	4	4
50	4	2	2	4	4	4
51	4	3	2	4	5	5
52	4	2	2	4	5	5

53	5	3	1	3	4	4
54	4	2	2	4	4	4
55	4	3	3	4	4	4
56	4	3	3	4	3	3
57	4	3	2	4	4	4
58	4	2	3	5	5	5
59	4	2	2	4	4	3
60	5	4	1	4	5	5
61	5	4	1	4	5	3
62	4	3	2	4	4	4
63	4	2	2	4	3	4
64	5	3	2	4	4	4
65	5	3	1	4	5	4
66	4	2	1	3	4	4
67	4	3	2	3	4	3
68	4	4	2	3	4	3
69	5	2	2	4	4	4
70	4	1	1	5	4	3
71	4	1	1	4	4	3
72	4	3	2	4	4	4
73	3	1	1	4	5	5
74	4	3	2	4	4	4
75	4	2	2	4	4	4
76	4	2	1	4	5	5
77	5	2	2	4	4	4
78	4	2	2	4	4	4
79	4	2	2	4	4	4
80	5	2	1	5	5	5
81	4	2	2	4	4	4
82	4	3	2	4	4	3
83	5	3	1	4	5	5
84	4	3	2	4	4	4
85	5	2	1	4	4	4
86	4	3	2	4	4	4
87	4	2	1	4	4	4
88	4	3	2	4	5	5
89	5	3	3	4	4	4
90	4	3	2	4	4	4

91	4	2	1	4	4	4
92	4	2	1	4	5	5
93	4	2	1	4	4	4
94	4	3	3	4	4	4
95	4	2	2	4	4	4
96	4	2	2	4	4	3
97	5	3	2	4	4	5
98	4	3	2	4	4	4
99	5	3	2	4	5	4
100	5	3	1	4	5	4
101	5	3	1	4	5	5
102	4	2	2	3	4	4
103	4	3	3	4	4	3
104	4	3	2	4	4	4
105	4	2	2	4	4	3
106	4	3	2	5	4	5
107	5	3	2	3	5	5
108	4	2	2	4	4	4
109	5	3	1	4	5	5
110	4	3	2	4	4	4
111	5	3	2	4	3	3
112	5	3	1	3	5	4
113	4	2	2	4	4	3
114	5	3	2	5	5	4
115	5	3	3	4	4	4
116	4	2	2	4	4	4
117	5	4	1	4	5	5
118	4	1	1	4	3	5
119	4	1	1	4	3	5
120	4	2	2	4	4	4
121	4	3	2	4	4	4
122	4	2	3	4	4	4
123	5	2	2	4	4	4
124	4	3	2	4	4	4
125	5	2	1	4	4	4
126	4	2	2	4	4	4
127	4	3	2	4	4	4
128	4	2	2	5	4	3

129	4	2	2	4	4	4
130	4	3	2	4	4	4
131	4	2	1	3	4	5
132	4	3	2	4	4	4
133	4	3	3	4	4	4
134	5	2	4	4	5	3
135	4	4	1	4	5	5
136	4	2	2	4	4	4
137	4	2	2	4	4	4
138	4	2	2	4	4	4
139	4	2	2	4	4	4
140	4	2	2	4	4	4
141	5	3	2	4	5	5
142	5	2	2	4	4	4
143	4	2	2	4	4	4
144	4	2	1	4	4	4
145	4	2	2	4	4	4
146	4	2	2	4	4	4
147	4	2	2	4	4	4
148	4	3	2	4	4	4
149	4	2	2	4	4	4
150	4	2	2	4	4	4
151	4	2	2	4	4	4
152	4	2	2	4	4	4
153	4	3	2	4	4	4
154	5	2	1	4	4	4
155	4	2	3	4	4	4
156	5	2	2	4	4	4
157	5	2	1	4	4	4
158	4	2	2	3	4	4
159	4	2	2	4	4	4
160	5	2	2	4	4	4
161	4	2	2	4	4	4
162	4	2	2	4	4	4
163	4	2	2	5	4	4
164	5	2	2	4	4	4
165	5	3	1	4	4	4
166	4	3	3	4	3	4

167	4	2	2	4	4	4
168	4	2	3	4	4	4
169	5	2	2	4	4	4
170	4	2	2	4	4	4
171	5	2	2	4	4	4
172	4	2	2	4	4	4
173	4	2	2	4	4	4
174	4	2	2	4	4	4
175	4	2	3	4	4	4
176	4	2	2	4	4	4
177	5	2	1	4	4	4
178	4	2	2	4	4	4
179	4	2	3	4	4	4
180	5	2	2	4	4	4
181	4	2	1	4	4	4
182	4	2	3	4	4	3
183	4	2	2	4	4	4
184	4	2	1	4	5	5
185	5	2	1	3	4	4
186	4	2	2	3	4	4
187	5	2	2	4	4	4
188	5	3	2	4	4	4
189	5	2	2	4	4	4
190	4	2	2	4	4	4
191	4	2	1	4	4	4
192	4	2	3	4	4	4
193	5	2	2	4	4	4
194	4	2	3	4	4	4
195	4	2	3	4	4	4
196	4	2	2	4	4	4
197	4	2	1	4	4	4
198	4	2	3	12	4	4
199	4	2	2	12	4	4
200	4	2	2	12	4	4

Lampiran 5

Uji Validitas Variabel Kenyamanan (*Convenience*)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CONV_1	8.56	.991	.644	.414	.536
CONV_2	8.81	.881	.523	.314	.675
CONV_3	8.56	1.022	.490	.273	.700

Uji Validitas Variabel Keamanan (*Security*) pertama

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SEC_1_R	21.01	8.377	.581	.803	.497
SEC_2_R	21.05	8.269	.637	.795	.482
SEC_3_R	21.45	9.052	.529	.418	.525
SEC_4_R	20.54	9.758	.353	.333	.573
SEC_5_R	20.65	9.023	.455	.433	.540
SEC_6	19.97	10.366	.222	.232	.608
SEC_7	20.15	12.510	-.191	.185	.720
SEC_8	19.25	10.799	.097	.261	.645

Uji Validitas Variabel Keamanan (*Security*) ke 2

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SEC_1_R	13.53	7.366	.685	.791	.695
SEC_2_R	13.58	7.381	.714	.791	.688
SEC_3_R	13.97	8.160	.601	.417	.722
SEC_4_R	13.06	8.609	.473	.314	.752
SEC_5_R	13.18	7.944	.564	.380	.730
SEC_6	12.49	10.161	.125	.086	.828

Uji Validitas Variabel Keamanan (*Security*) ke 3

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SEC_1_R	10.06	6.117	.755	.780	.754
SEC_2_R	10.11	6.265	.747	.785	.757
SEC_3_R	10.50	7.085	.606	.411	.800
SEC_4_R	9.59	7.499	.478	.313	.833
SEC_5_R	9.71	6.943	.551	.367	.816

Uji Validitas Variabel Harga (*Price*)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PRI_1_R	3.28	1.610	.326	.122	.732
PRI_2_R	4.03	1.547	.476	.337	.508
PRI_3_R	4.13	1.541	.580	.382	.382

Uji Validitas Variabel Kepercayaan (*Trust*)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TR_1	7.98	.703	.568	.323	.460
TR_2	7.86	.704	.438	.217	.630
TR_3	8.01	.734	.440	.223	.622

Uji Validitas Variabel Sikap Pembelian (*Attitude to buy*)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ATB_1	8.28	.806	.875	.769	.728
ATB_2	8.28	.934	.719	.622	.867
ATB_3	8.32	.800	.716	.596	.881

Uji Validitas Variabel Niat Pembelian (*Intention to buy*)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITB_1	8.09	1.268	.662	.440	.866
ITB_2	8.10	1.136	.785	.633	.754
ITB_3	8.13	1.089	.759	.609	.779

Lampiran 6

Uji Reliabilitas Variabel Kenyamanan (*Convenience*)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.724	.733	3

Uji Reliabilitas Variabel Keamanan (*Security*)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.828	.827	5

Uji Reliabilitas Variabel Harga (*Price*)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.641	.655	3

Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (*Trust*)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.667	.671	3

Uji Reliabilitas Variabel Sikap Pembelian (*Attitude to buy*)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.878	.881	3

Uji Reliabilitas Variabel Niat Pembelian (*Intention to buy*)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.859	.859	3

Lampiran 7

Uji Regresi Variabel Sikap Pembelian (*Attitude to buy*)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.430	.291		4.918
	ATTITUDE TO BUY	.633	.070	.542	9.079
					.000

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY

Lampiran 8

Uji Regresi Variabel Kenyamanan (*Convenience*)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.683	.281		9.561
	CONVENIENCE	.338	.065	.349	5.239
					.000

a. Dependent Variable: ATTITUDE TO BUY

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.867	.339		8.452
	CONVENIENCE	.275	.078	.243	3.518
					.001

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.235	.355		3.476	.001
CONVENIENCE	.069	.072	.061	.954	.341
ATTITUDE TO BUY	.608	.074	.521	8.174	.000

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY

Uji Regresi Variabel Keamanan (Security)**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.809	.126		30.245	.000
SECURITY	.135	.049	.192	2.757	.006

a. Dependent Variable: ATTITUDE TO BUY

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.888	.149		26.036	.000
SECURITY	.066	.058	.081	1.143	.254

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.456	.299		4.870	.000
SECURITY	-.020	.050	-.024	-.396	.692
ATTITUDE TO BUY	.638	.071	.547	8.967	.000

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY

Uji Regresi Variabel Harga (*Price*)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.648	.103		45.046
	PRICE	-.264	.052	-.340	-5.087

a. Dependent Variable: ATTITUDE TO BUY

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.759	.117		40.717
	PRICE	-.370	.059	-.409	-6.308

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.286	.347		6.589
	PRICE	-.230	.055	-.254	-4.163
	ATTITUDE TO BUY	.532	.071	.456	7.468

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY

Uji Regresi Variabel Kepercayaan (*Trust*)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.178	.292		7.456
	TRUST	.495	.073	.433	6.766

a. Dependent Variable: ATTITUDE TO BUY

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.682	.338		4.969	.000
	TRUST	.597	.085	.447	7.041	.000

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.591	.346		1.708	.089
	TRUST	.349	.085	.262	4.104	.000
	ATTITUDE TO BUY	.501	.074	.429	6.725	.000

a. Dependent Variable: INTENTION TO BUY